

# **PENENTU NIAT BELI KONSUMEN PADA BAHAN BAKAR MINYAK**

## **PERTALITE**

**(Studi pada Masyarakat Kota Surakarta)**



### **Skripsi**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas – tugas dan Memenuhi Syarat – syarat  
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta**

**Disusun Oleh:**

**AULIA RIZQI MEGA KHASUNA**

**F 0 2 1 1 0 2 1**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**2016**

## **ABSTRAK**

### **PENENTU NIAT BELI KONSUMEN PADA BAHAN BAKAR MINYAK PERTALITE**

**(Studi pada Masyarakat Kota Surakarta)**

**AULIA RIZQI MEGA KHASUNA**

**NIM. F0211021**

Penelitian ini dilakukan pada produk Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertalite. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji: 1) pengaruh *perceived benefit* terhadap *attitude*, 2) pengaruh *perceived quality* terhadap *attitude*, 3) pengaruh *price fairness* terhadap *attitude*, 4) pengaruh *environment knowledge* terhadap *attitude*, 5) pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention*.

Data pada penelitian ini didapatkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 200 responden di kota Surakarta yang berniat untuk melakukan pembelian pada bahan bakar Pertalite. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan pengujian hipotesis menggunakan analisis SEM GeSCA. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa: 1) *perceived benefit* berpengaruh signifikan terhadap *attitude*. 2) *perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap *attitude*. 3) *price fairness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *attitude*. 4) *environment knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *attitude*. 5) *attitude* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.

Keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini diantaranya hanya difokuskan pada konsumen Bahan Bakar Minyak (BBM) di kota Surakarta. Hal ini dapat membatasi generalisasi dari hasil penelitian yang didapatkan. Sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan kekurangan pada penelitian ini.

Kata kunci: *Perceived benefit, perceived quality, price fairness, environment knowledge, attitude, purchase intention*.

## **ABSTRACT**

### **DETERMINANTS OF CONSUMER PURCHASE INTENTION IN PERTALITE (A Study on People of Surakarta)**

**By:**

**AULIA RIZQI MEGA KHASUNA**

**F0211021**

*The object of this research was fuel oil (BBM) Peralite. The aim of this study was to examine: 1) the effect of perceived benefit on attitude, 2) the effect of the perceived quality on attitude, 3) the effect of price fairness on the attitude, 4) the effect of environment knowledge on attitude, 5) the impact of attitude on purchase intention.*

*The data in this study were obtained through a questionnaire given to 200 respondents in the city of Surakarta who intend to make a purchase on Peralite. The sampling technique used in this study was purposive sampling and hypothesis testing used SEM analysis GeSCA. The results of this study stated that: 1) the perceived benefits significantly affect on attitude. 2) perceived quality significantly affect on attitude. 3) price fairness does not significantly affect on attitude. 4) environment knowledge significantly affect on attitude. 5) attitude significantly affect on purchase intention.*

*The limitation of this study are it only focused on consumers of fuel oil (BBM) in Surakarta. This may limit the generalizability of the results obtained. Thus, researcher hopes that for further researchs will fix the flaws in this study.*

*Keywords: Perceived benefit, perceived quality, price fairness, environment knowledge, attitude, purchase intention.*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Skripsi dengan judul:**

**PENENTU NIAT BELI KONSUMEN PADA BAHAN BAKAR MINYAK**

**PERTALITE**

**(Studi pada Masyarakat Kota Surakarta)**

Disusun oleh:

**Aulia Rizqi Mega Khasuna**

NIM. F0211021

Surakarta, 20 Juni 2016

Disetujui dan diterima oleh

Dosen pembimbing

**Haryanto, S.E., M.Si.**

**197403092006041001**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENENTU NIAT BELI KONSUMEN PADA BAHAN BAKAR MINYAK**  
**PERTALITE**  
**(Studi pada Masyarakat Kota Surakarta)**

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Tim Penguji Skripsi

Surakarta, 20 Juli 2016

Ketua Tim Penguji : .....

Anggota Tim Penguji : .....

Pembimbing : .....

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

**Reza Rahardian, S.E, M.Si.**  
NIP. 19197406092000121001

### **SURAT PERNYATAAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sebelas Maret:

Nama : AULIA RIZQI MEGA KHASUNA

NIM : F0211021

Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi : PENENTU NIAT BELI KONSUMEN PADA BAHAN  
BAKAR MINYAK PERTALITE  
Studi pada Masyarakat Kota Surakarta

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/ saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 20 Juni 2016  
Mahasiswa

**Aulia Rizqi Mega Khasuna  
NIM. F0211021**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

### **Skripsi ini saya persembahkan kepada :**

Keluargaku terutama Ayah dan Mama yang tidak pernah berhenti berdoa, memotivasi, memberikan segala bentuk dukungan hingga gelar sarjana berhasil aku dapatkan. .

## **HALAMAN MOTTO**

**Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.**

**(Q.S. Al-Baqarah:286)**

**”Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat”.**

**(Winston Churchill)**

**“Live as if you were to die tomorrow. Learn as if you were to live forever”.**

**(Mahatma Gandhi)**

**“Only true champions come out and show their worth after defeat”.**

**(Sir Alex Ferguson)**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis penjatkan kehadiran Allah SWT yang telah mengkaruniakan nikmat dan berkah-Nya yang tak terhitung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENENTU NIAT BELI KONSUMEN PADA BAHAN BAKAR MINYAK PERTALITE (Studi pada masyarakat kota Surakarta).”** Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan doa, bantuan, bimbingan sejak masa persiapan hingga akhir penyusunan skripsi karena penulis menyadari penyusunan skripsi dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Secara khusus, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Reza Rahardian, SE, M.Si, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Haryanto, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Ignatia Sri Seventi Pujiastuti, M.Si. , selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan kepada penulis sepanjang menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Ayah dan mama yang tersayang yang tidak pernah berhenti untuk memberikan segala bentuk dukungan serta mendoakanku setiap saat hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Kakak – kakakku yang memberikan semangat secara langsung maupun tidak langsung.
7. Fikria, sepupu kece yang selalu bisa memberikan tawa setiap saat.
8. Mutya Paramita Pratita yang selalu menemani, yang banyak membantu dan bersama - sama berjuang dalam penyusunan skripsi ini.

9. Sahabat-sahabatku grup mama dan aa' yaitu Alfi, Alfina, Damar yang telah banyak memberikan selingan, menenami serta membantu dalam segala hal hingga tersusunnya skripsi ini.
10. Dhanu dan Ersita serta teman - teman Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun 2011 yang telah banyak membantu dan memberikan motivasi.
11. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, apabila ada kata yang tidak berkenan, penulis mohon maaf. Penulis juga mengharapkan kritik dan sarannya yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca pada umumnya. Amin.

Surakarta, 20 Juni 2016

Aulia Rizqi Mega Khasuna

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Abstrak .....	ii
Abstract .....	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iv
Halaman Pengesahan .....	v
Halaman Pernyataan .....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Halaman Motto .....	viii
Kata Pengantar.....	ix-x
Daftar Isi .....	xi-xiv
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar .....	xvi

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9

1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> .....	11
2.1.2 Niat Beli ( <i>Purchase Intention</i> ) .....	12
2.1.3 Sikap ( <i>Attitude</i> ) .....	13
2.1.4 Pengetahuan Lingkungan ( <i>Environment Knowledge</i> ) .....	14
2.1.5 Kewajaran Harga ( <i>Price Fairness</i> ) .....	15
2.1.6 Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ) .....	17
2.1.7 Persepsi Manfaat ( <i>Perceived Benefit</i> ) .....	17
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	18
2.3 Model Penelitian .....	23
2.4 Posisi Studi .....	24

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian .....	27
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	27

3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel .....	27
3.2.3 Teknik Sampling .....	28
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.3.1 <i>Perceived Benefit</i> .....	29
3.3.2 <i>Perceived Quality</i> .....	29
3.3.3 <i>Price Fairness</i> .....	30
3.3.4 <i>Environment Knowledge</i> .....	30
3.3.5 <i>Attitude</i> .....	31
3.3.6 <i>Purchase Intention</i> .....	31
3.4 Sumber Data.....	32
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	32
3.6 Metode Analisis Data .....	33
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	33
3.6.2 Uji Validitas .....	33
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	34
3.6.4 Pengujian Model .....	34
3.6.5 Pengujian Hipotesis .....	36

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Obyek Penelitian.....	38
4.2 Analisis Deskriptif .....	39
4.3 Tanggapan Responden .....	43
4.4 Uji Instrumen Penelitian .....	50
4.5 Pengujian Model ( <i>Measurement of Fit Model</i> ) .....	54
4.6 Pengujian Hipotesis .....	56
4.7 Pembahasan.....	59

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	65
5.3 Saran.....	65
5.3.1 Saran Penelitian Selanjutnya.....	66
5.3.2 Saran Bagi Perusahaan.....	66

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
II.1 Penelitian Terdahulu .....	24
III.1 <i>Z Value</i> .....	37
IV.1 Deskripsi Data Responden .....	40
IV.2 Tanggapan Responden <i>Perceived Benefit</i> .....	44
IV.3 Tanggapan Responden <i>Perceived Quality</i> .....	45
IV.4 Tanggapan Responden <i>Price Fairness</i> .....	46
IV.5 Tanggapan Responden <i>Environment Knowledge</i> .....	47
IV.6 Tanggapan Responden <i>Attitude</i> .....	48
IV.7 Tanggapan Responden <i>Purchase Intention</i> .....	49
IV.8 Analisis KMO <i>and Bartlett's Test</i> .....	51
IV.9 Analisis <i>Rotated Component Matrix</i> .....	52
IV.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
IV.11 Hasil <i>Measurement of Fit Model</i> .....	54
IV.12 Hasil <i>Path Coefficient</i> .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
I.1 Grafik Data Tingkat Produksi dan Konsumsi BBM .....	5
II.1 Model Penelitian .....	23
IV.1 Model Hasil Penelitian .....	57